

## **NASKAH PUBLIKASI**

# **ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN, PRODUK PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN DALAM MEMILIH BANK SYARIAH**

(Studi Kasus Pada Pemilik Sanggar Kerajinan, Kayu Batik di Desa Kreet Sendangsari  
Pajangan Bantul Yogyakarta)



Disusun Guna Memenuhi Sebagai Syarat dalam Mencapai Gelar Sarjana  
Di Program Studi S1 Perbankan Syari'ah Fakultas Agama Islam  
Universitas Alma Ata Yogyakarta

**Disusun Oleh:  
S. Ayu Syafitri  
NIM 132100008**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH  
FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS ALMA ATA  
YOGYAKARTA  
2017**

## PENDAHULUAN

Era globalisasi yang semakin berkembang dan permasalahan menjadi semakin kompleks, patut disadari bahwa bangsa Indonesia perlu mempunyai suatu pemikiran yang maju dan cerdas. Begitupun dengan adanya dunia Perbankan yang semakin maju dan besar, patut kita imbangi dengan pengetahuan agar tidak tertinggal dengan adanya pengetahuan-pengetahuan baru yang akan datang. Seperti penjelasan dalam Al-quran.

شَهِدَ اللَّهُ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ وَالْمَلَائِكَةُ  
وَأُولُوا الْعِلْمِ قَائِمًا بِالْقِسْطِ ۚ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ  
الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ

*“Allah menyatakan bahwasanya tidak ada Tuhan melainkan Dia (yang berhak disembah), yang menegakkan keadilan. Para Malaikat dan orang-orang yang berilmu, (juga menyatakan yang demikian itu). tak ada Tuhan melainkan Dia (yang berhak disembah), yang Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana. (QS. Al- Imran ayat 18.)*

Keputusan adalah tahap dimana proses pengambilan keputusan konsumen benar-benar membeli.<sup>1</sup> Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Sikap pengambilan keputusan banyak yang mempengaruhi. Maka dari itu berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti ingin mengetahui apakah faktor pengetahuan, produk, pelayanan dan promosi dapat mempengaruhi Pemilik Sanggar Kerajinan Krebet Sendangsari Pajangan Bantul dalam memilih Bank Syari’ah. Oleh karena itu peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Pengetahuan, Produk, Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan dalam memilih Bank Syari’ah”** (Studi Kasus Pada Pemilik Sanggar Kerajinan Kayu Batik Krebet Pajangan Bantul Yogyakarta).

---

<sup>1</sup>Kotler, Philip, “Manajemen Pemasaran di Indonesia” (Jakarta: Salemba Empat, 2001).

## **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang belakang di atas, maka dapat di peroleh rumusan sebagai berikut :

1. Apakah Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam memilih Bank Syari'ah pada Pemilik Sanggar Kerajinan Kayu Batik di Desa Krebet?
2. Apakah Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam memilih Bank Syariah pada Pemilik Sanggar Kerajinan Kayu Batik di Desa Krebet?
3. Apakah Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam memilih Bank Syariah pada Pemilik Sanggar Kerajinan Kayu Batik di Desa Krebet?
4. Apakah Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan dalam memilih Bank Syariah pada Pemilik Sanggar Kerajinan Kayu Batik di Desa Krebet?
5. Apakah Pengetahuan, Produk, Pelayanan dan Promosi berpengaruh secara

Parsial terhadap keputusan dalam memilih Bank Syari'ah.

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini termasuk penelitian *surve*, penelitian *surve* merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan suatu data yang alami (bukan buatan).

### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian yang akan di lakukan oleh peneliti yakni bertempat di Desa Krebet Pajangan Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta dan penelitian ini dilakukan pada bulan April terhitung dari tanggal 3 Mei sampai dengan selesai.

### **C. Subyek Penelitian**

Subyek dalam penelitian ini yakni Para Pemilik Sanggar Kerajinan Kayu Batik di Desa. Krebet Pajangan Bantul.

### **D. Populasi dan sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di

tarik kesimpulanya.<sup>2</sup> Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Dengan keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti mengambil sampel dari populasi tersebut dengan menggunakan rumus Slovin dalam Husein Umar (2007). Adapun rumus Slovin sebagai berikut:<sup>3</sup>

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : persentase ketidakteelitian karena kesalahan dalam pengambilan sampel dalam penelitian diambil 10%

$$n = \frac{57}{1 + 57(0,10)^2} = 36$$

Berdasarkan perhitungan rumus diatas dapat dilihat dengan jumlah populasi 36 dengan tingkat kesalahan (taraf signifikansi) sebesar 10%

---

<sup>2</sup> Sugiono, “*Metode Penelitian Bisnis*”,(Bandung, Alfabeta, 2015), hlm, 117.

<sup>3</sup> Imam Sugih Rahayu (2015) “*minat nasabah menggunakan mobile banking dengan menggunakan krangka teknologi acceptance model (TMA)*”, Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Vol V. No. 2, Desember hlm 137-150

diperoleh jumlah sampel sebesar 36. Oleh karena itu dapat dipastikan bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 36 Pemilik Sanggar Kerajinan.

#### E. Cara Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan Sampel “*Accidental Sampling*” atau sampling berdasarkan kemudahan di jangkau dan di dapatkan.<sup>4</sup> Untuk memudahkan peneliti dalam meneliti dan pengambil sampel maka peneliti melakukan penelitian hanya pada Pemilik Sanggar Kerajinan Kreet Pajangan, Bantul yang telah menduduki bangku kuliah.

#### F. Sumber dan Jenis Data

Sumber data berasal dari data Primer dan Sekunder, data Primer yaitu data yang berasal dai sumber asli atau pertama yang secara umum di sebutkan sebagai mana sumber. Primer dikumpulkan melalui metode angket, yaitu menyebarkan daftar

---

<sup>4</sup> Maisur, “*Pengaruh Pinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religuitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Syariah Di Banda Aceh*”, Vol

petanyaan (kuesioner).<sup>5</sup> Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini di ambil dari buku dan jurnal.

#### **G. Teknik Pengumpulan Data**

##### **1. Interview (wawancara)**

Wawancara

digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari respondenya sedikit/kecil.

##### **2. Kuesioner (Angket)**

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab.

##### **3. Observasi (pengamatan)**

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik lain, yaitu wawancara

dan kuesioner. Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang tetapi juga obyek-obyek alam lainnya.

#### **4. Variabel Penelitian**

Variabel-variabel yang

digunakan dalam penelitian ini adalah:

##### **1. Variabel Independen (variabel bebas)**

Yaitu variabel yang menjadi sebab atau yang mempengaruhi variabel terkait. Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah Pengetahuan ( $X_1$ ) Produk ( $X_2$ ), Pelayanan ( $X_3$ ), dan Promosi ( $X_4$ ).

##### **2. Variabel Dependen (Variabel terkait)**

Yaitu variabel yang menjadi akibat atau yang di pengaruhi. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah "Keputusan dalam memilih Bank Syariah Pada Pemilik Sanggar Kerajinan Kayu Batik di Desa Krebet (Y).

---

<sup>5</sup> Atwal & Husnul Khotimah, "Pengaruh Produk Pelayanan Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakairta"(FEB-UMS, 2014), hlm 175

## HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

Tabel Uji Validitas Pengetahuan

PERNYATAAN	R hitung	Sig	R tabel	Valid
Pernyataan 1	,576**	,000	0,320	Valid
Pernyataan 2	,464**	,004	0,320	Valid
Pernyataan 3	,518**	,001	0,320	Valid
Pernyataan 4	,807**	,001	0,320	Valid
Pernyataan 5	,512**	,001	0,320	Valid

Sumber: data kuesioner diolah dengan SPSS 20 for windows 7

Berdasarkan tabel di atas pernyataan dinyatakan valid jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ , untuk responden dengan jumlah 36 responden dengan tingkat signifikan 5%  $r_{tabel}$  sebesar 0,320. Dapat dilihat dari hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS, bahwa nilai *corrected item-total correlation* ( $r_{hitung}$ ) semuanya lebih besar dari nilai ( $r_{tabel}$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa ke 5 pertanyaan pada X1/Variabel 1 yakni variabel pengetahuan dinyatakan valid.

Cronbach's Alpha	N of items
.475	5

Sumber: data kuesioner diolah dengan SPSS 20 For windows 7

Pada 5 butir pertanyaan yang di berikan tentang

pengetahuan dengan tingkat signifikan 5% dan sampel sebanyak 36 maka  $r_{alpha} = 0,475$  ini berarti  $r_{alpha} > r_{tabel}$ , yaitu 0,320. Sehingga dapat dinyatakan bahwa kuesioner tersebut telah reliabel dan dapat di sebarluaskan kepada responden sebagai instrumen dalam penelitian ini.

Tabel Uji Validitas Produk

PERNYATAAN	R hitung	Sig	R tabel	Valid
Pernyataan 1	,563**	,000	0,320	Valid
Pernyataan 2	,588**	,000	0,320	Valid
Pernyataan 3	,769**	,000	0,320	Valid
Pernyataan 4	,714**	,000	0,320	Valid
Pernyataan 5	,607**	,000	0,320	Valid

Sumber: data kuesioner diolah dengan SPSS 20 for windows 7

Dari tabel di atas  $r_{hitung}$  terletak pada kolom total "*Person Correlation*" pernyataan dinyatakan valid jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ , untuk responden dengan jumlah 36 responden dengan tingkat signifikan 5%  $r_{tabel}$  sebesar 0,320. Dapat dilihat dari hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS, bahwa nilai *corrected item-total correlation* ( $r_{hitung}$ ) semuanya lebih besar dari nilai ( $r_{tabel}$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa ke 5 pertanyaan

pada X2/Variabel 2 yakni variabel produk dinyatakan valid.

Cronbach's Alpha	N of items
.657	5

**Sumber: data kuesioner diolah dengan SPSS 20 for windows 7**

Pada 5 butir pertanyaan yang di berikan tentang pengetahuan dengan tingkat signifikan 5% dan sampel sebanyak 36 maka  $r_{\alpha} = 0,657$  ini berarti  $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$ , yaitu 0,320. Sehingga dapat dinyatakan bahwa kuesioner tersebut telah reliabel dan dapat di sebarluaskan kepada responden sebagi instrumen dalam penelitian ini.

Tabel Uji Validitas Pelayanan

PERNYATAAN	R hitung	Sig	R tabel	Valid
Pernyataan 1	,514**	,001	0,320	Valid
Penyataan 2	,521**	,000	0,320	Valid
Pernyataan 3	,551**	,001	0,320	Valid
Pernyataan 4	,513**	,001	0,320	Valid
Pernyataan 5	,636**	,000	0,320	Valid
Penyataan 6	,597**	,000	0,320	Valid

Dari tabel di atas  $r_{\text{hitung}}$  terletak pada kolom total "*Person Correlation*" pernyataan dinyatakan valid jika nilai  $r_{\text{hitung}}$  lebih besar dari  $r_{\text{tabel}}$ , untuk responden dengan jumlah 36 responden dengan tingkat signifikan 5%  $r_{\text{tabel}}$  sebesar

0,320. Dapat dilihat dari hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS, bahwa nilai *corrected item-total correlation* ( $r_{\text{hitung}}$ ) semuanya lebih besar dari nilai ( $r_{\text{tabel}}$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa ke 6 pertanyaan pada X3/Variabel 3 yakni variabel pelayanan dinyatakan valid.

Cronbach's Alpha	N of items
.575	5

6 butir pertanyaan yang di berikan tentang pengetahuan dengan tingkat signifikan 5% dan sampel sebanyak 36 maka  $r_{\alpha} = 0,575$  ini berarti  $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$ , yaitu 0,320. Sehingga dapat dinyatakan bahwa kuesioner tersebut telah reliabel dan dapat di sebarluaskan kepada responden sebagi instrumen dalam penelitian ini.

Tabel Uji Validitas Promosi

PERNYATAAN	R Hitung	Sig	R tabel	Valid
Pernyataan 1	,651**	,001	0,320	Valid
Penyataan 2	,692**	,000	0,320	Valid
Pernyataan 3	,692**	,001	0,320	Valid
Pernyataan 4	,740**	,001	0,320	Valid
Pernyataan 5	,732**	,000	0,320	Valid

Dari tabel di atas  $r_{\text{hitung}}$  terletak pada kolom total "*Person Correlation*" pernyataan

dinyatakan valid jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ , untuk responden dengan jumlah 36 responden dengan tingkat signifikan 5%  $r_{tabel}$  sebesar 0,320. Dapat dilihat dari hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS, bahwa nilai *corrected item-total correlation* ( $r_{hitung}$ ) semuanya lebih besar dari nilai ( $r_{tabel}$ ) sehingga dapat disimpulkan bahwa ke 5 pertanyaan pada X4/Variabel 4 yakni variabel promosi dinyatakan valid.

Cronbach's Alpha	N of items
.741	5

Pada 5 butir pertanyaan yang di berikan tentang pengetahuan dengan tingkat signifikan 5% dan sampel sebanyak 36 maka  $r_{alpha} = 0,741$  ini berarti  $r_{alpha} > r_{tabel}$ , yaitu 0,320. Sehingga dapat dinyatakan bahwa kuesioner tersebut telah reliabel dan dapat di sebarluaskan kepada responden sebagai instrumen dalam penelitian ini.

Tabel Regresi linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	4.631	4.238		1.093	.283
1 Pengetahuan	-.113	.175	-.112	-.642	.526
Produk	-.147	.156	-.164	-.938	.355
Pelayanan	.416	.165	.397	2.523	.017
Promosi	.463	.138	.550	3.365	.002

Sumber: data Kuesioner diolah SPSS 20 for windows 7

Persamaan regresi pada tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Nilai Konstan Sebesar 4,631 menyatakan jika variabel independen: pengetahuan (X1), produk (X2), pelayanan (X3), promosi (X4), maka keputusan dalam memilih Bank Syari'ah (Y) Pada Pemilik Sanggar Kerajinan. Di Krebet Pajangan Bantul akan mengalami kenaikan sebesar 4,631.
- b) Berdasarkan persamaan regresi di atas, koefisien variabel pengetahuan (X1) memiliki regresi negatif sebesar -0,113 artinya jika variabel pengetahuan meningkat setiap 1%, maka keputusan dalam memilih Bank Syari'ah (Y) Pada Pemilik Sanggar. Di Krebet Pajangan Bantul akan

mengalami penurunan sebesar -0,113.

c) Berdasarkan persamaan regresi di atas, koefisien variabel produk (X2) memiliki regresi negatif sebesar -0,147 artinya jika variabel produk meningkat setiap 1%, maka keputusan dalam memilih Bank Syari'ah (Y) Pada Pemilik Sanggar. Di Krebet Pajangan Bantul akan mengalami penurunan sebesar -0,147.

d) Berdasarkan persamaan regresi di atas, koefisien variabel pelayanan (X3) memiliki regresi positif sebesar 0,146 artinya jika variabel pelayanan meningkat setiap 1%, maka keputusan dalam memilih Bank Syari'ah (Y) Pada Pemilik Sanggar Kerajinan. Krebet Pajangan Bantul akan mengalami kenaikan sebesar 0,146 dengan anggapan variabel bebas lainnya tetap.

e) Berdasarkan persamaan regresi di atas, koefisien variabel promosi (X4) memiliki regresi positif sebesar 0,463 artinya jika variabel promosi meningkat sebesar setiap 1%, maka keputusan dalam memilih Bank Syari'ah (Y) Pada Pemilik

Sanggar Kerajinan. Di Krebet Pajangan Bantul akan mengalami kenaikan sebesar 0,463.

Tabel Ujian Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	4.631	4.238		1.093	.283
1 Pengetahuan	-.113	.175	-.112	-.642	.526
Produk	-.147	.156	-.164	-.938	.355
Pelayanan	.416	.165	.397	2.523	.017
Promosi	.463	.138	.550	3.365	.002

Sumber: data Kuesioner diolah SPSS 20 for windows 7

Pada tabel diatas kita ketahui bahwa nilai T hitung untuk variabel pengetahuan (X1) adalah -0,642; variabel produk (X2) adalah -0,938; variabel pelayanan (X3) adalah 2.523 dan variabel promosi (X4) adalah 3.365. berdasarkan kriteria uji hipotesisi maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

a) Uji Hipotesis 1

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah pengetahuan, pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam memilih Bank Syari'ah (Y) Pada Pemilik Sanggar Kerajinan. Di Krebet Sendangsari Pajangan Bantul.

Dengan penjelasan. Nilai t hitung dari variabel ini adalah -

642 dengan tingkat signifikan 0,526. Karena tingkat signifikan lebih besar dari 0,05 maka  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat memilih Bank Syari'ah.

b) Uji Hipotesis 2

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah produk, produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan dalam memilih Bank Syari'ah (Y) Pada Pemilik Sanggar Kerajinan. Di Kreet Pajangan Bantul.

Dengan penjelasan. Nilai t hitung dari variabel ini adalah -.938 dengan tingkat signifikan 0,355. Karena tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 maka  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat memilih Bank Syari'ah.

c) Uji Hipotesis 3

Hipotesis ke 3 dalam penelitian ini adalah pelayanan, pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan dalam memilih Bank Syari'ah (Y) Pada Pemilik Sanggar Kerajinan. Di Kreet Pajangan Bantul.

Dengan penjelasan. Nilai t hitung dari variabel ini adalah 2,523 dengan tingkat signifikan t hitung lebih besar dari 0,05 maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak dan dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat memilih Bank Syari'ah.

d) Uji Hipotesis 4

Hipotesis ke 4 dalam penelitian ini adalah promosi, promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan dalam memilih Bank Syari'ah (Y) Pada Pemilik Sanggar Kerajinan. Di Kreet Pajangan Bantul.

Dengan penjelasan. Nilai t hitung dari variabel ini adalah 3,365 dengan tingkat signifikan 0,002. Karena tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak dan dapat disimpulkan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat memilih Bank Syari'ah.

Tabel Uji F (ANOVA)

del		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	65.900	4	16.475	4.361	.007 <sup>b</sup>
	Residual	117.100	31	3.777		
	Total	183.000	35			

a. Dependent Variable: Variabel Y

b. Predictors: (Constant), Promosi , Pelayanan, Produk, Pengetahuan

**Sumber: data kuesioner diolah dengan SPSS 20 for windows 7**

Pada tabel 4.17 dapat kita ketahui bahwa nilai F hitung di peroleh 4,361 dengan tingkat signifikan 0,007. Karena tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel pengetahuan, produk, pelayanan dan promosi secara serentak berpengaruh signifikan terhadap minat memilih Bank Syariah.

Tabel Uji Determinan ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.600 <sup>a</sup>	.360	.278	1.94356

a. Predictors: (Constant), Promosi , Pelayanan, Produk, Pengetahuan

**Sumber: data kuesioner diolah dengan SPSS 20 for windows 7**

Dari hasil statistik diperoleh determinan  $R^2 = 0,360$  yang berarti 360% dari variasi variabel terikat (dependen) dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya (independen), sedangkan sisanya 64% (100% - 36,0%) dijelaskan oleh variasi variabel lain diluar penelitian ini.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai “Analisi Pengaruh Pengetahuan, Produk Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan dalam Memilih Bank Syari’ah” Studi Kasus pada Pemilik Sanggar Kerajinan Kayu Batik di Desa Kreet Sendangsari Pajangan Bantul Yogyakarta. Dengan menggunakan bantuan SPSS 20 for windows 7.

Penelitian ini mempunyai rumusan masalah dan tujuan

yang terdiri dari 5 poin. Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini. Peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

- 1) Dengan Pengujian koefisien parsial (uji T) menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan, Produk tidak signifikan dengan masing-masing nilai variabel Pengetahuan dengan nilai T hitung sebesar (-.642) dengan tingkat signifikan (0,526) sedangkan Produk mempunyai nilai T hitung sebesar (-.938) dengan tingkat signifikan (0,355) dikatakan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap “Keputusan dalam Memilih Bank Syari’ah” (Studi Kasus pada Pemilik Sanggar Kerajinan Kayu Batik di Desa Krebet Sendangsari Pajangan Bantul Yogyakarta). Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05. Sedangkan variabel Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan dengan penjelasan nilai T hitung dari variabel ini adalah (2,523) dengan tingkat signifikan T hitung lebih besar dari 0,05. Dan variabel Promosi dengan tingkat signifikan (0,002) lebih kecil dari 0,05 dinyatakan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Y “Keputusan dalam Memilih Bank Syari’ah”
- 2) Dengan Pengujian regresi serentak (Uji F) menunjukkan bahwa variabel (Pengetahuan, Produk, Pelayanan dan Promosi) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap “Keputusan dalam Memilih Bank Syari’ah”. Hal ini ditunjukkan dari nilai F hitung sebesar 4.361 dengan tingkat signifikan sebesar 0,007 lebih kecil dari 0,05.
- 3) Dengan Pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan sebesar 0,360. Dalam hal ini variabel independen (Pengetahuan, Produk, Pelayanan dan Promosi) dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap “Keputusan dalam Memilih Bank Syari’ah” sebesar 36,0%. Dan hal ini mengidentifikasi bahwa ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi “Keputusan dalam Memilih Bank Syari’ah” sebesar 64% di

jelaskan lain diluar penelitian ini.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **B. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai “Analisi Pengaruh Pengetahuan, Produk Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan dalam Memilih Bank Syari’ah” Studi Kasus pada Pemilik Sanggar Kerajinan Kayu Batik di Desa Krebet Sendangsari Pajangan Bantul Yogyakarta. Dengan menggunakan bantuan SPSS 20 for windows 7.

Penelitian ini mempunyai rumusan masalah dan tujuan yang terdiri dari 5 poin. Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini. Peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

- 1) Dengan Pengujian koefisien parsial (uji T) menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan, Produk tidak signifikan dengan masing-masing nilai variabel Pengetahuan dengan nilai T hitung sebesar (-.642) dengan tingkat signifikan (0,526) sedangkan Produk mempunyai nilai T hitung

sebesar (-.938) dengan tingkat signifikan (0,355) dikatakan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap “Keputusan dalam Memilih Bank Syari’ah” (Studi Kasus pada Pemilik Sanggar Kerajinan Kayu Batik di Desa Krebet Sendangsari Pajangan Bantul Yogyakarta). Hal ini ditunjukkan dengan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05. Sedangkan variabel Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan dengan penjelasan nilai T hitung dari variabel ini adalah (2,523) dengan tingkat signifikan T hitung lebih besar dari 0,05. Dan variabel Promosi dengan tingkat signifikan (0,002) lebih kecil dari 0,05 dinyatakan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Y “Keputusan dalam Memilih Bank Syari’ah”

- 2) Dengan Pengujian regresi serentak (Uji F) menunjukkan bahwa variabel (Pengetahuan, Produk, Pelayanan dan Promosi) secara bersama-sama berpengaruh secara

signifikan terhadap “Keputusan dalam Memilih Bank Syari’ah”. Hal ini ditunjukkan dari nilai F hitung sebesar 4.361 dengan tingkat signifikan sebesar 0,007 lebih kecil dari 0,05.

- 3) Dengan Pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan sebesar 0,360. Dalam hal ini variabel independen (Pengetahuan, Produk, Pelayanan dan Promosi) dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap “Keputusan dalam Memilih Bank Syari’ah” sebesar 36,0%. Dan hal ini mengidentifikasi bahwa ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi “Keputusan dalam Memilih Bank Syari’ah” sebesar 64% di jelaskan lain diluar penelitian ini.

## Saran

Dari hasil analisis dan pembahasan di atas mengenai “Analisis Pengaruh Pengetahuan, Produk Pelayanan dan Promosi terhadap Minat Memilih Bank Syari’ah” pada Pemilik Sanggar Kerajinan Batik Kayu. Di Desa Kreet Pajangan Bantul Yogyakarta, dengan di bantu SPSS 23 *for windows 7*. Dengan ini penulis dapat memberikan saran yakni:

- a. Untuk menarik masyarakat ataupun calon nasabah yang baru pihak Bank Syari’ah maupun marketing lebih meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara yang lebih baik, kreatif dan inovatif.
- b. Untuk penelitian yang selanjutnya di harapkan bisa meneliti tentang faktor-faktor apa yang bisa membuat “Pengetahuan dan Produk” yang ada di Perbankan Syari’ah tidak bisa mempengaruhi minat konsumen dalam memilih Bank Syari’ah dalam penelitian ini.

- c. Di anjurkan untuk Peneliti selanjutnya untuk menambahkan Variabel pada Penelitian ini agar mendapatkan hasil yang maksimal dan bisa lebih baik dari pada penelitian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

#### Buku:

- Ingratubun, Husni. 2013, *Teori Bank Syari'ah (study terhadap nilai-nilai syari'ah dalam organisasi Perbankan Syari'ah)*, Yogyakarta; Rangka Education.
- Sugino. 2015, *Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Bandung, Alfabeta.
- Rianto, M. Nur. 2010, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung, Alfabeta.
- Sarwon, Jonathan. 2009, *Statistik itu mudah, Panduan Lengkap Mengajar Komputasi Statistik Menggunakan SPSS 16*, Yogyakarta.
- Soewandi, Jusuf. 2012, *Pengantar Metodologi Penelitian* Jakarta; Mitra Wacana.
- Ruslan, Rosyd. 2006, *Metode Penelitian : Public Relations dan Komunikasi*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada).
- Kasmir. 2014, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta; PT Raja Grafindo Persada.
- Syarifudin, Aswar. 2008, *Realibilitas dan Validitas*, Yogyakarta; Pustaka Pelajar. Hlm 5.
- Arikunto, Subarsimi. 2013, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta. Hlm 223.
- Wicaksono, "Aplikasi Excel dalam menganalisis data". Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip, 2001, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat).
- Antonio, Muhammad Syafi'i, 2005, *"Bank Syari'ah, Dari Teori ke Praktek"*, (Jakarta: Gema Insani Press), hlm 180.
- Abdul Ghofur Anshori, 2008, *Penerapan Prinsip Syari'ah dalam Lembaga Keuangan, Lembaga Pembiayaan, dan Perusahaan Pembiayaan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar).

#### Skripsi:

- Yupitri. 2010, *Pengaruh Produk Pelayanan Promosi dan Lokasi*.
- Ernawati. 2009, *Pengaruh Religuitas Terhadap Perilaku Nasabah Dalam Memilih Bank Di*

- Yogyakarta, Yogyakarta, STEI
- Rosyadi, Ibnu Fallah. 2004, *Analisis Perbandingan Kinerja Keuangan Perbankan Syariah dengan Perbankan Konvensional Berdasarkan Rasio Keuangan: Studi Kasus BMI dan 7 (tujuh)*, Jakarta; Universitas Indonesia.
- Kusumawati, Melia. 2014, *Analisis Komparatif Perbankan. Berdasarkan Metode CAMELS DAN RGEK, Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk*, Surabaya; Universitas Negeri Surabaya.
- Dewi Gemala. 2017, *Aspek-aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah di Indonesia*, Jakarta; Prenada Media.
- Nafik HR, Muhammad. 2009, *Bursa Efek dan Investasi Syariah*, Jakarta; Serambi Ilmu Semesta, hlm 41-42.
- Rsjid, Sulaiman. 2007, *Fiqih Islam*, hlm 187.
- Latifa M. Algaoud, Mervin K. 2004, *Perbankan Syariah: Prinsip, Praktik dan Prospek*, Jakarta; PT. Serambi Ilmu Samesta, hlm 34-35.
- Soemitra, Andri. 2009, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta; Prenada Media.,
- Huda Nurul dan Mohammad Heykal. 2010, *Lembaga Keuangan Islam*, Jakarta; Prenada Media Group, hlm 25.
- Sutisna. 2002, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Bandung; PT Remaja Rosdakarya, hlm 15,
- Notoatmodjo, Soekijo. 2010, *Ilmu Perilaku Kesehatan*, Jakarta; PT. Rineka Cipta, hlm 27.
- Arifin Atwal & Khusnul Khotimah. 2014, *Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Masyarakat memilih Bank di Surakarta*, FEB-UMS, hlm, 174.
- Jurnal:
- Sarwon, Jonathan. 2009, *Stastistik itu Mudah, Panduan Lengkap Mengajar Komputasi Stastistik Menggunakan SPSS 16*, Yogyakarta.
- Atwal & Husnul Khotimah. 2014 *“Pengaruh Produk Pelayanan Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta”*(FEB-UMS), V.
- Maisur. *“Pengaruh Pinsip Bagi Hasil, Tingkat Pendapatan, Religuitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menabung Nasabah*

*Pada Bank Syariah Di  
Banda Aceh”, V.*

Poerwadarminta, W. J. S. 1976,  
Kamus Umum Bahasa  
Indonesia, Jakarta; PN  
Balai Pustaka, cet. V.

Evi Yupitri dan Raina Linda Sari.  
2012 “*Faktor-Faktor yang  
Mempengaruhi Non  
Muslim Menjadi Nasabah  
Bank Syari’ah Mandiri di  
Medan*”, (Jurnal Ekonomi  
dan Keuangan, Vol, 1,  
Desember

